



Antwort zur Anfrage Nr. 1375/2026 der SPD-Stadtratsfraktion betreffend
Baustellenmanagement und -marketing in Mainz (SPD)

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

1. Welche Institutionen innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung sind an der Erarbeitung des Handbuchs für Baustellenmarketing beteiligt?

Die Wirtschafts- und Strukturförderung hat für die Erarbeitung des Handbuchs eine Agentur beauftragt. Diese hat sich im Rahmen ihrer Arbeit mit verschiedenen Akteuren innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung ausgetauscht und Interviews mit relevanten Personen geführt. Hierzu zählen unter anderem Vertreterinnen und Vertreter verschiedener städtischer Ämter und Eigenbetriebe, der Mainzer Mobilität, der Stadtwerke, des Baustellenmanagements sowie weiterer Akteure. Darüber hinaus wurden auch die Innenstadt-Gewerbevereine sowie einzelne Gewerbetreibende interviewt. Die dabei gewonnenen Erfahrungen, Einschätzungen und unterschiedlichen Perspektiven fließen in die Erarbeitung des Handbuchs ein.

Unabhängig davon steht die Wirtschafts- und Strukturförderung selbst im Austausch mit verschiedenen Akteuren innerhalb der Stadtverwaltung, die sich mit dem Thema Baustellen beschäftigen. Hier hat bereits eine Präsentation der Zwischenergebnisse auf Arbeitsebene stattgefunden. Zudem pflegt die Wirtschafts- und Strukturförderung einen engen Kontakt zu den Gewerbevereinen in der Mainzer Innenstadt, so waren Vertreter vom Mainzer Citymanagement, Unser Rheinhessen e.V. und dem Einzelhandelsverband an der Ausschreibung und dem Kick Off für das Baustellenmarketinghandbuch beteiligt.

2. Wann ist mit der Fertigstellung des Handbuchs für Baustellenmarketing zu rechnen?

Mit einer Fertigstellung ist im Herbst zu rechnen. Aktuell ist geplant, das Handbuch im November im Wirtschaftsausschuss zu präsentieren.

3. Welche Verbindlichkeit hat das Handbuch für Baustellenmarketing für die Stadt, die stadtnahen Gesellschaften und private Bauträger? Ist vorgesehen, die darin enthaltenen Standards und Maßnahmen verbindlich anzuwenden?

Bisher ist für das Handbuch keine Verbindlichkeit vorgesehen. Die Wirtschafts- und Strukturförderung wird allen interessierten städtischen Ämtern, Eigenbetrieben und stadtnahen Gesellschaften das Handbuch zur Verfügung stellen.

4. Wie gestaltet sich die Koordination und Kommunikation zwischen Baustellenmanagement und Baustellenmarketing innerhalb der Stadtverwaltung? Ist vorgesehen, die Koordination der beiden Bereiche organisatorisch zu bündeln, beispielsweise in Form einer Stabsstelle beim Oberbürgermeister?

Ein zielgerichtetes Baustellenmarketing befindet sich bereits seit einiger Zeit im Aufbau. Hierzu wird der Informationsfluss zwischen den beteiligten Stellen verstetigt und intensiviert. Geplant ist etwa, ein regelmäßiges Jour fixe Baustellenmarketing einzuführen, bei dem alle involvierten Akteure eingebunden werden und an einen Tisch kommen. Eine Bündelung ist aktuell nicht vorgesehen.

5. Wäre es für die Verwaltung denkbar, sämtliche relevanten Baumaßnahmen im Stadtgebiet auf einer zentralen digitalen Karte gebündelt darzustellen und dort jeweils auf detaillierte Informationen, beispielsweise zu Umfang, Dauer, Verkehrsführung und Auswirkungen der jeweiligen Baumaßnahme, zu verweisen?

Es gibt mehrere digitalen Karten, die Baumaßnahmen gebündelt darstellen (z.B. Baustellenübersicht auf der Homepage der Landeshauptstadt Mainz oder der Mobilitätsatlas). Eine Verbesserung der Darstellung mit umfangreicheren Informationen ist vorgesehen und soll im Rahmen der Einführung von WebGis auch erfolgen.

Mainz, 8. September 2026

gez.

Manuela Matz
Beigeordnete